

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN APOTEK  
DI KOTA RANAI KECAMATAN BUNGURAN TIMUR  
KABUPATEN NATUNA**

**NASKAH PUBLIKASI**



**Oleh :**

**ARIS WINANTO**

**NIM : 121109059**

**PROGRAM STUDI FARMASI  
FAKULTAS KEDOKTERAN  
UNIVERSITAS TANJUNGPURA  
PONTIANAK  
2013**

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN APOTEK  
DI KOTA RANAI KECAMATAN BUNGURAN TIMUR  
KABUPATEN NATUNA**

**NASKAH PUBLIKASI**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Farmasi  
(S.Farm) pada Program Studi Farmasi Fakultas Kedokteran  
Universitas Tanjungpura Pontianak**



**OLEH:**

**ARIS WINANTO**

**NIM : 121109059**

**PROGRAM STUDI FARMASI  
FAKULTAS KEDOKTERAN  
UNIVERSITAS TANJUNGPURA  
PONTIANAK**

**2013**

**NASKAH PUBLIKASI**  
**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN APOTEK**  
**DI KOTA RANAI KECAMATAN BUNGURAN TIMUR**  
**KABUPATEN NATUNA**

Oleh:  
**ARIS WINANTO**  
**NIM: I 21109059**

Disetujui,

**Pembimbing Utama,**



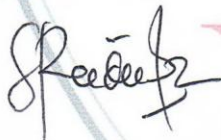
**Bambang Wijianto, M.Sc., Apt**  
**NIP.19841231 200912 1 005**

**Pembimbing Pendamping,**



**Iswahyudi, S.Si., Apt., Sp. FRS**  
**NIP. 19691215 199703 1 011**

**Penguji Utama,**



**Hj. Sri Wahdaningsih, M.Sc., Apt**  
**NIP. 19811101 200801 2 011**

**Penguji Kedua,**



**Isnindar, S.Si., M.Sc., Apt**  
**NIP. 19780911 200801 2 011**

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Kedokteran**  
**Universitas Tanjungpura**



**Dr. Sugito Wonodirekso, M.S**  
**NIP. 19481012 197501 1 001**

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN APOTEK  
DI KOTA RANAI KECAMATAN BUNGURAN TIMUR  
KABUPATEN NATUNA**

**CONSUMERS PERCEPTION OF PHARMACY SERVICES  
IN RANAI BUNGURAN EASTERN SUBDISTRICT OF NATUNA REGENCY**

Aris Winanto<sup>1</sup>, Bambang Wijianto<sup>2</sup>, Iswahyudi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Farmasi Fakultas Kedokteran Universitas Tanjungpura, Pontianak

<sup>2,3</sup>Bagian Analisis Farmasi Fakultas Kedokteran Universitas Tanjungpura, Pontianak

**ABSTRAK**

Standar pelayanan farmasi komunitas dikeluarkan untuk menjamin mutu pelayanan farmasi kepada masyarakat. Semakin tingginya tuntutan masyarakat terhadap pelayanan apotek, maka pihak apotek harus memenuhi keinginan dan selera masyarakat yang terus berubah dan meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pelayanan apotek di kota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna. Penelitian ini mengungkapkan persepsi konsumen berdasarkan dimensi daya tanggap, keandalan, kepastian, empati dan berwujud. Persepsi konsumen dikategorikan sebagai sangat baik, baik, buruk dan sangat buruk serta data diambil dengan cara menyebarkan *kuesioner* kepada konsumen yang mengunjungi apotek. Hasil penyebaran *kuesioner* persepsi konsumen terhadap pelayanan apotek di kota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna berdasarkan pada kelima dimensi penentu kualitas jasa, dimensi yang mempunyai nilai persepsi baik tertinggi sampai terendah berturut-turut sebagai berikut: empati (84.93%), berwujud (77.4%), keandalan (74.81%), jaminan (69.09%) dan daya tanggap (64.15%). Secara keseluruhan persepsi konsumen terhadap semua dimensi pelayanan apotek di kota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna yaitu sebanyak 5.45 % responden memiliki persepsi sangat baik, 74.03% responden memiliki persepsi baik, 20,26% responden memiliki persepsi buruk dan 0.26% responden memiliki persepsi sangat buruk.

**Kata kunci : apotek, pelayanan, persepsi**

**ABSTRACT**

Standard of community pharmacy services has been issued to guarantee the quality of pharmacy services to the public. The increasing demands from society on pharmacy services, then the pharmacy should meet the wishes and sense of community ever changing and increasing. This study aims to determine consumer perceptions of pharmacy services in Ranai Bunguran Eastern Subdistrict of Natuna regency. This study reveals consumers perceptions based on the dimensions of responsiveness, reliability, assurance, empathy and tangible. Consumer perceptions Categorized as very good, good, bad and very bad as well as data collected by distribute questionnaires to consumers visiting pharmacies. Results of questionnaires consumer perceptions of pharmacy services in Ranai Bunguran Eastern Subdistrict of Natuna regency based on the five dimensions of service quality determinants, dimensions which have good perception of the highest value to lowest in a row as follows: empathy (84.93%), tangible (77.4%), reliability (74.81%), assurance (69.09%) and responsiveness (64.15%). Overall consumer perception towards all dimensions of pharmacy services in the Ranai city Bunguran Eastern Subdistrict of Natuna regency that is counted 5:45% of respondents have a very good perception, 74.03% of respondents have a good perception, 20.26% of respondents have a poor perception and 0.26% of respondents had a perception very bad.

**keywords: pharmacy, services, perception**

## 1. Pendahuluan

Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dibidang kefarmasian telah terjadi pergeseran orientasi pelayanan kefarmasian dari pengelolaan obat sebagai komoditi kepada pelayanan yang komprehensif (*pharmaceutical care*)<sup>2</sup>.

Dikeluarkannya standar pelayanan farmasi komunitas (apotek) yaitu untuk menjamin mutu pelayanan farmasi kepada masyarakat. Semakin tingginya tuntutan masyarakat terhadap pelayanan apotek, maka pihak apotek harus memenuhi keinginan dan selera masyarakat yang terus berubah dan meningkat<sup>3</sup>. Konsumen apotek akan merasa senang dan akan kembali lagi ke apotek untuk membeli obat dan melaksanakan konsultasi kesehatan apabila pelayanan di apotek tersebut baik.

Berdasarkan model mutu jasa, terdapat lima penentu kualitas mutu jasa. Kualitas dari suatu kerja/pelayanan dapat disajikan menurut tingkat dimensinya, seperti keandalan (*realibility*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan percaya dan akurat, daya tangkap (*responsiveness*) yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan jasa dengan cepat terhadap pelanggan, jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, empati (*empathy*) yaitu kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan, berwujud (*tangibles*) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan dan personil<sup>5</sup>.

Persepsi pasien tentang pelayanan kesehatan telah banyak diabaikan diberbagai tempat pelayanan kesehatan yang ada di negara-negara berkembang<sup>7</sup>. Sehingga perlu dilakukan perubahan-perubahan untuk mengatasi hal tersebut.

Penilaian mutu pelayanan kefarmasian, salah satunya dilakukan

dengan cara mengetahui persepsi konsumen apotek terhadap pelayanan yang sudah diterimanya selama ini.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian survei deskriptif yang dilakukan di Kota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna. Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 p q}{d^2} = \frac{Z_{\alpha}^2 p(1-p)}{d^2}$$
$$n = 385$$

Dari 385 responden yang direncanakan dengan tingkat kepercayaan 95%, P (Proporsi suatu kasus tertentu terhadap populasi) = 0.5 karena tidak diketahui proporsinya, dan d (derajat penyimpangan) = 0.05. semua responden mengisi *kuesioner* dengan lengkap sehingga semua *kuesioner* dapat digunakan dalam menilai persepsi konsumen.

Adapun batas-batas operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut: semua apotek yang berada di Kota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna, Responden pada penelitian ini yaitu sebagian konsumen yang datang ke apotek Kota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna dengan kriteria konsumen dengan usia 17-65 tahun dan konsumen yang tidak buta huruf (memiliki pendidikan SD – Sarjana). Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan *kuesioner* kepada konsumen untuk diisi dan di tuntun oleh peneliti selama pengisian *kuesioner*.

Persepsi konsumen diukur berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yaitu dimensi daya tangkap/ kemampuan membantu dan memberikan jasa dengan cepat (*responsiveness*), dimensi jaminan/ kepercayaan dan keyakinan (*assurance*), dimensi empati/peduli dan memberikan perhatian pribadi (*empathy*), dimensi

berwujud/ penampilan fasilitas fisik, peralatan dan personil (*tangibles*).

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### a. Reliabilitas dan validitas kuesioner

Hasil dari uji coba terhadap kuesioner yang disebarkan kepada 30 responden diperoleh reliabilitas kuesioner dengan nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0.934, sedangkan untuk validitasnya diperoleh nilai *r* tabel sebesar  $> 0.361$ . Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang dibuat reliabel dan valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

#### b. Karakteristik responden

Karakteristik responden yang ditentukan oleh Ramez tahun 2012 meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, kebangsaan, tipe rumah sakit<sup>8</sup>. Namun pada penelitian ini karakteristik respondennya hanya meliputi alamat, jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir responden. Hal ini dilakukan karena ruang lingkup penelitian ini hanya sebatas kota dan apotek sehingga tidak diperlukan karakteristik kebangsaan dan tipe rumah sakit.

**Karakteristik responden berdasarkan alamat.** Persentase tertinggi (82.86%) adalah responden yang tinggal di kecamatan bunguran timur, dimana lokasi apotek berada dikecamatan bunguran timur dan berada ditengah-tengah pemukiman penduduk sehingga penduduk setempat banyak mengunjungi apotek. Dapat disimpulkan bahwa apotek yang banyak dikunjungi oleh konsumen yaitu apotek yang terletak ditengan-tengah pemukiman penduduk. Hal serupa juga didapatkan pada penelitian Wirth dkk pada tahun 2011 yaitu konsumen akan mengunjungi suatu apotek karena rumah konsumen berdekatan dengan lokasi apotek<sup>9</sup>.

**Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.** Persentase tertinggi responden yang datang ke

apotek (60.26%) yaitu responden dengan jenis kelamin wanita. Hal ini terjadi karena apotek di Kota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna tidak hanya menyediakan komoditi obat-obatan, tetapi juga menyediakan komoditi lain seperti kosmetik dan alat kesehatan. Sehingga konsumen dengan jenis kelamin wanita yang mayoritas menggunakan kosmetik lebih memilih membeli kosmetik di apotek karena lebih terjaga keamanannya dan bisa konsultasi dengan petugas apotek tentang kosmetik.

**Karakteristik responden berdasarkan usia.** Persentase tertinggi responden yang datang ke apotek (42.12%) yaitu responden dengan umur 30-45 tahun. Hal ini kemungkinan dikarenakan pada usia 30 – 45 tahun penyakit mulai menjadi masalah utama sehingga diperlukan pengobatan secara rutin. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa yang datang ke apotek bukan hanya orang yang sakit tetapi bisa dari keluarga pasien yang menebus obat untuk keluarganya.

**Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.** Tingkat pendidikan responden SD (3.12%), SLTP (29.35%), SLTA (42.08%), Diploma (10.39%) dan Sarjana (15.06%). Terlihat bahwa persentase terbesar adalah responden dengan tingkat pendidikan SLTA. Tingkat pengetahuan responden dapat digambarkan dengan Tingkat pendidikan responden dan terkait dengan pelayanan apotek tentunya hal ini dapat mempengaruhi tingkat daya tanggap seseorang dalam menerima pelayanan.

#### c. Persepsi konsumen apotek

Persepsi konsumen terhadap pelayanan apotek sangat penting untuk diketahui, hal ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pelayanan yang telah dilakukan atau diberikan di apotek Kota Ranai

Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna. Persepsi merupakan suatu pengamatan individu atau proses pemberian makna sebagai hasil pengamatan tentang pelayanan suatu apotek melalui panca inderanya, yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan penafsiran pesan. Sehingga seseorang dapat memberikan tanggapan mengenai baik buruknya pelayanan suatu apotek dan hasilnya dapat dijadikan dasar perencanaan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan apotek di Kota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna.

Kepuasan pasien dapat diukur berdasarkan aspek pelayanan yang ditawarkan atau diberikan yang meliputi lokasi apotek, penampilan petugas, waktu tunggu untuk resep, ketepatan resep, penyediaan informasi, ketekunan petugas dan keterampilan petugas<sup>6</sup>. Persepsi konsumen juga akan sangat bergantung pada kualitas dari pelayanan yang diberikan, yang mana dalam kualitas pelayanan terdapat beberapa dimensi yang mempengaruhinya. Kualitas pelayanan pada berbagai dimensi kualitas pelayanan yaitu dimensi *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*<sup>4,8</sup>.

Pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dipersepsikan baik oleh konsumen berturut-turut dari tertinggi sampai terendah yaitu kecepatan pelayanan yang diberikan petugas apotek, seperti melayani pembelian obat dengan resep 80% dan kelengkapan pelayanan informasi obat yang disampaikan oleh petugas meliputi nama obat, indikasi, dosis, efek samping, cara penggunaan, penyimpanan dan kontra indikasi 62.86%. Sedangkan kejelasan pelayanan informasi obat baik dalam bentuk brosur, leaflet, booklet atau poster hanya 49.09% konsumen yang memiliki persepsi baik.

Keandalan (*reliability*) pelayanan yang ditunjukkan sebagai keramahan

petugas dalam melayani konsumen, pelayanan yang diberikan petugas secara proaktif dan sikap petugas dalam melakukan diskusi dengan konsumen mengenai informasi obat dipersepsikan baik oleh sebagian besar konsumen berturut-turut yaitu 68.31%, 78.18% dan 77.66%.

Persepsi baik terhadap dimensi jaminan (*assurance*) berturut-turut dari tertinggi sampai terendah yaitu tingkat pengetahuan dan kemampuan petugas dalam memberi informasi obat yang benar dan lengkap (82.86%), sikap sopan petugas dalam memberi pelayanan (75.06%), kebenaran informasi yang diberikan petugas kepada konsumen (71.95%), kelengkapan informasi yang disampaikan oleh petugas meliputi informasi obat, kosmetik dan alat kesehatan (57.92%), dan kejelasan informasi yang disampaikan oleh petugas meliputi informasi obat, kosmetik dan alat kesehatan serta harga obat, kosmetik dan alat kesehatan (57.40%). Pada dimensi jaminan ini terdapat persepsi sangat baik dengan persentase tertinggi (21.04%) dari semua dimensi yaitu pada kebenaran informasi yang diberikan petugas kepada konsumen.

Persepsi baik terhadap dimensi empati (*empathy*) ditunjukkan lebih dari 80% konsumen. Untuk dimensi berwujud (*tangible*) persepsi baik konsumen terhadap pelayanan yang diberikan berturut-turut dari tertinggi sampai terendah yaitu ketersediaan tempat parkir di apotek (89.35%), kenyamanan ruang tunggu, apakah sudah memadai dan anda bisa merasa nyaman (76.62%), kelengkapan dan ketersediaan obat di apotek (66.49%). Secara keseluruhan sebagian besar konsumen 74.03% memiliki persepsi baik terhadap pelayanan yang diberikan apotek di Kota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna.

**Tabel 1. Distribusi Frekuensi hasil pengisian *kuesioner* dalam menilai persepsi konsumen terhadap pelayanan apotek di kota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna (n = 385)**

| No               | Pertanyaan   | Persepsi         |                     |                     |                    |
|------------------|--|------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
|                  |  | Sangat buruk     | Buruk               | Baik                | Sangat baik        |
| <b>1</b>         | <b>Dimensi Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)</b>  |                  |                     |                     |                    |
| 1.               | kecepatan petugas dalam memberikan suatu pelayanan, seperti melayani pembelian obat dengan resep.  | <b>0 (0%)</b>    | <b>59 (15.32%)</b>  | <b>308 (80%)</b>    | <b>18 (4.68%)</b>  |
| 2.               | kelengkapan pelayanan informasi obat yang disampaikan oleh petugas meliputi nama obat, indikasi, dosis, efek samping, cara penggunaan, penyimpanan dan kontra indikasi | <b>2 (0.52%)</b> | <b>140 (36.36%)</b> | <b>242 (62.86%)</b> | <b>1 (0.26%)</b>   |
| 3.               | kejelasan pelayanan informasi obat baik dalam bentuk brosur, leaflet, booklet atau poster  | <b>1 (0.26%)</b> | <b>183 (47.53%)</b> | <b>189 (49.09%)</b> | <b>12 (3.12%)</b>  |
| <b>Rata-rata</b> |  | <b>1 (0.26%)</b> | <b>127 (32.99%)</b> | <b>247 (64.15%)</b> | <b>10 (2.60%)</b>  |
| <b>2</b>         | <b>Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>  |                  |                     |                     |                    |
| 4.               | keramahan petugas dalam melayani konsumen  | <b>1 (0.26%)</b> | <b>28 (7.27%)</b>   | <b>263 (68.31%)</b> | <b>93 (24.16%)</b> |
| 5.               | pelayanan yang diberikan petugas secara proaktif   | <b>0 (0%)</b>    | <b>74 (19.22%)</b>  | <b>301 (78.18%)</b> | <b>10 (2.6%)</b>   |
| 6.               | sikap petugas dalam melakukan diskusi dengan konsumen mengenai informasi obat  | <b>0 (0%)</b>    | <b>80 (20.78%)</b>  | <b>299 (77.66%)</b> | <b>6 (1.56%)</b>   |
| <b>Rata-rata</b> |  | <b>0 (0%)</b>    | <b>61 (15.84%)</b>  | <b>288 (74.81%)</b> | <b>36 (9.35%)</b>  |
| <b>3</b>         | <b>Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>  |                  |                     |                     |                    |
| 7.               | kejelasan informasi yang disampaikan oleh petugas meliputi informasi obat, kosmetik dan alat kesehatan serta harga obat, kosmetik dan alat kesehatan.                  | <b>0 (0%)</b>    | <b>162 (42.08%)</b> | <b>221 (57.40%)</b> | <b>2 (0.52%)</b>   |
| 8.               | kelengkapan informasi yang disampaikan oleh petugas meliputi informasi obat, kosmetik dan alat kesehatan.  | <b>0 (0%)</b>    | <b>160 (41.56%)</b> | <b>223 (57.92%)</b> | <b>2 (0.52%)</b>   |



|   |                      |                        |                         |                       |
|---|----------------------|------------------------|-------------------------|-----------------------|
| 9. sikap sopan petugas dalam memberi pelayanan  | 0 (0%)               | 44<br>(11.43%)         | 289<br>(75.06%)         | 52<br>(13.51%)        |
| 10. tingkat pengetahuan dan kemampuan petugas dalam memberi informasi obat yang benar dan lengkap | 0 (0%)               | 50<br>(12.99%)         | 319<br>(82.86%)         | 16<br>(4.15%)         |
| 11. kebenaran informasi yang diberikan petugas kepada konsumen                                    | 0 (0%)               | 27<br>(7.01%)          | 277<br>(71.95%)         | 81<br>(21.04%)        |
| <b>Rata-rata</b>  | <b>0 (0%)</b>        | <b>89<br/>(23.12%)</b> | <b>266<br/>(69.09%)</b> | <b>30<br/>(7.79%)</b> |
| <b>4 Dimensi Empati (<i>Empathy</i>)</b>  |                      |                        |                         |                       |
| 12. keprofesionalan petugas dalam melayani konsumen   | 1<br>(0.26%)         | 41<br>(10.65%)         | 327<br>(84.94%)         | 16<br>(4.15%)         |
| 13. kesediaan/kesiapan petugas dalam memberikan konseling kepada konsumen                         | 0 (0%)               | 63<br>(16.36%)         | 316<br>(82.08%)         | 6 (1.56%)             |
| 14. sikap empati dari petugas dalam memberi pelayanan   | 0 (0%)               | 45<br>(11.69%)         | 333<br>(86.49%)         | 7<br>(1.82%)          |
| 15. perhatian petugas kepada konsumen dalam memberi pelayanan                                     | 0 (0%)               | 49<br>(12.73%)         | 330<br>(85.71%)         | 6<br>(1.56%)          |
| <b>Rata-rata</b>  | <b>0 (0%)</b>        | <b>49<br/>(12.73%)</b> | <b>327<br/>(84.93%)</b> | <b>9<br/>(2.34%)</b>  |
| <b>5 Dimensi Berwujud (<i>Tangible</i>)</b>   |                      |                        |                         |                       |
| 16. kenyamanan ruang tunggu, apakah sudah memadai dan anda bisa merasa nyaman                     | 1<br>(0.26%)         | 30<br>(7.79%)          | 295<br>(76.62%)         | 59<br>(15.33%)        |
| 17. kelengkapan dan ketersediaan obat di apotek   | 1<br>(0.26%)         | 128<br>(33.25%)        | 256<br>(66.49%)         | 0 (0%)                |
| 18. ketersediaan tempat parkir di apotek  | 0 (0%)               | 41<br>(10.65%)         | 344<br>(89.35%)         | 0 (0%)                |
| <b>Rata-rata</b>  | <b>1<br/>(0.26%)</b> | <b>66<br/>(17.14%)</b> | <b>298<br/>(77.4%)</b>  | <b>20<br/>(5.2%)</b>  |
| <b>Rata-Rata Keseluruhan Dimensi</b>  | <b>1<br/>(0.26%)</b> | <b>78<br/>(20.26%)</b> | <b>285<br/>(74.03%)</b> | <b>21<br/>(5.45%)</b> |

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa persentase persepsi rata-rata perdimensi tertinggi (84.93%) yaitu pada dimensi empati. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rasa empati yang besar terhadap konsumen yang berkunjung diapotek telah dimiliki petugas apotek.

Empati memiliki hubungan positif yang signifikan dengan loyalitas pelanggan. Sehingga persahabatan antara pelanggan dan karyawan layanan tertentu memiliki pengaruh besar pada pengembangan loyalitas pelanggan<sup>4</sup>.

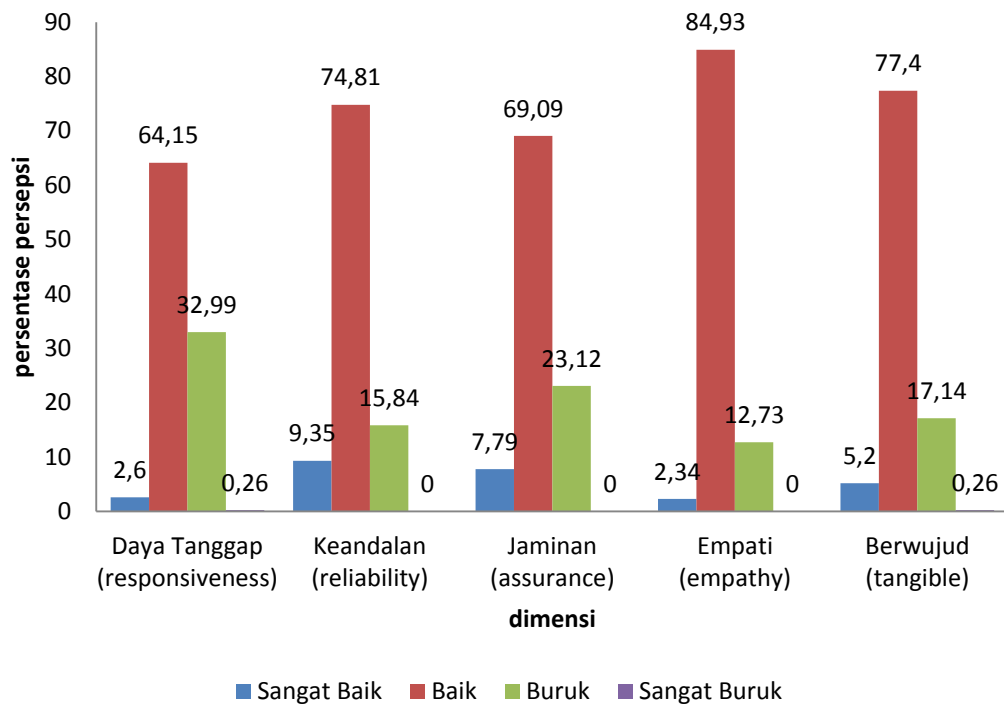


Diagram pada gambar 1 diatas dapat dilihat bahwa persepsi baik mendominasi dari kelima dimensi. Sedangkan persepsi buruk hanya sebagian kecil saja. Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen memiliki persepsi baik terhadap pelayanan apotek dikota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna.

Persepsi baik dinyatakan konsumen jika mereka merasa mendapatkan pelayanan apotek yang sesuai atau melebihi harapan konsumen walaupun konsumen itu sendiri belum memahami hak-hak pasien terhadap jenis pelayanan farmasi yang seharusnya mereka dapatkan sesuai dengan standar pelayanan farmasi komunitas (apotek). Pelayanan farmasi yang sesuai dengan standar pelayanan farmasi komunitas antara lain khasiat obat, lama penggunaan obat, cara penyimpanan, efek samping yang mungkin timbul, tindakan bila ada efek samping/keracunan obat, tindakan bila terjadi

salah dosis, obat yang tidak boleh digunakan untuk penyakit tertentu, obat yang tidak boleh dikonsumsi bersamaan dengan makanan, jadi tidak hanya meliputi cara dan aturan pakai obat.

*pharmaceutical care* juga harus diterapkan dengan baik di apotek. Beberapa komponen dari *pharmaceutical care* yang harus diterapkan antara lain informasi obat, konseling, monitoring penggunaan obat, edukasi, promosi kesehatan dan evaluasi terhadap pengobatan, yang merupakan bagian dari standar pelayanan farmasi komunitas<sup>1</sup>. Padahal menurut standar pelayanan farmasi komunitas, semua informasi tersebut di atas seharusnya diberikan oleh apotek dan merupakan hak konsumen (pasien). Informasi yang lengkap dan jelas akan mengurangi risiko terjadinya *medication error*. Selain itu apoteker juga harus mengawasi dan memberi arahan kepada petugas apotek untuk melaksanakan tugasnya dengan benar. Dan untuk konsumen perlu adanya sosialisasi

tentang hak-hak konsumen terutama untuk mendapatkan pelayanan informasi obat yang lengkap dan jelas serta konseling tentang pengobatan harus dilakukan secara intensif. Sehingga hak-hak pasien terhadap jenis pelayanan farmasi yang seharusnya mereka dapatkan dapat dipahami oleh konsumen.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada 385 responden di 5 apotek kota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan persepsi konsumen terhadap semua dimensi pelayanan apotek di kota Ranai Kecamatan Bunguran Timur Kabupaten Natuna yaitu sebanyak 5.45 % responden memiliki persepsi sangat baik; 74.03% responden memiliki persepsi baik, 20,26% responden memiliki persepsi buruk dan 0.26% responden memiliki persepsi sangat buruk.

#### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih peneliti ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

#### Daftar Pustaka

1. Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 2004. *Keputusan Menteri Kesehatan RI no. 1027 Menkes/ SK/ IX/ 2004 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek*. Jakarta: Departemen Kesehatan Republik Indonesia.
2. Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 2006. *Pedoman Pelayanan Kefarmasian di Puskesmas*. Jakarta: Departemen Kesehatan Republik Indonesia.
3. Handayani R.S, Raharni, dan Retno G. 2009. Persepsi Konsumen Apotek Terhadap Pelayanan Apotek

Di Tiga Kota Di Indonesia. *Makara kesehatan* 13:22-26.

4. Kheng L.L. 2010. The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies* 2:2.
5. Kotler P dan Keller K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12. Jilid 1. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
6. Panvelkar P.N, Bandana S dan Carol A. 2009. Measurement of patient satisfaction with community pharmacy services: a review. *Pharm World Sci* 31:525-537.
7. Rai S.P, Rajeev K.K, Jayati S dan Laxman S. 2010. Measuring Patient Satisfaction: A Case Study to Improve Quality of Care at Public Health Facilities. *Indian Journal of Community Medicine* 35:52-56.
8. Ramez W.S. 2012. Patients' Perception of Health Care Quality, Satisfaction and Behavioral Intention: An Empirical Study in Bahrain. *International Journal of Business and Social Science* 3:18.
9. Wirth F, Francesca T, Lilian M.A, Marise G, Maurice Z dan Anthony S. 2011. Consumer perception of the community pharmacist and community pharmacy services in Malta. *Journal of Pharmaceutical Health Services Research* 1-5.